

УДК 339.1

**Процишин Юлія**

**Protsyshyn Yuliia**

*Тернопільський національний економічний університет*

**САЙТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПІЗНАВАНOSTІ БРЕНДУ ТА  
КОМУНІКАЦІЇ З КЛІЄНТАМИ  
SITE AS A BRAND AID INSTRUCTION AND CUSTOMER  
COMMUNICATION**

Для успішного бізнесу наявність сайту не є вторинним, у сучасних реаліях це вже необхідність. В стратегії розвитку, розробка сайту є обов'язковим пунктом, тому ігнорувати його є нерозумно. Виникає питання чи імідж для бізнесу є першочерговим? Ви скажете так. Це вірно, саме сайт є одним з елементів прояву іміджу вашого бізнесу.

На сьогодні не можна розглядати Інтернет тільки як платформу для розваг та комунікації, це дуже перспективний напрямок для розвитку бізнесу. Стабільним джерелом нових клієнтів може стати якісно створений сайт для компанії. Багато підприємців змогли вивести свій бізнес на новий рівень online. Оскільки, щоб бути успішним потрібно прагнути до розвитку та іти в ногу з часом. Наявність власного веб-сайту дозволяє проводити безліч експериментів, які недоступні в режимі offline. Контактна інформація, коротка інформація про компанію, рекламні пости, акції, email-розсилка, фотогалерея, контекстна реклама – переваги виходу в online, що дозволяє залученню якісної цільової аудиторії, та швидкої реакції, щодо змін на самому сайті, його редагування для підвищення його ефективності. Інтернет сам по собі є ефективним каналом для взаємодії між людьми, а сайт компанії надає в цьому контексті відмінні можливості, а саме форми опитувань, для зворотного зв'язку функція коментарів, чат, інтеграція з соціальними мережами (можливість охопити різнопланову

цільову аудиторію), онлайн-консультант – кожен з цих пунктів можна використовувати як метод для комунікації з потенційними клієнтами.

Використання веб-сайту дозволяє автоматизувати та поліпшити багато процесів, наприклад, замовлення продукції, швидка комунікація з клієнтом та інше. Ще однією перевагою веб-сайту є те, що він є інструментом впізнаваності бренду. Побудова бренду в online дозволить закріпити позиції та виділитися серед конкурентів компанії.

Головна мета маркетолога, який працює в рамках пошукового інтернет-маркетингу – залучити на сайт якомога більше трафіку, тобто збільшити кількість відвідувачів. Отже, хороший бренд передає ідею компанії або продукту, а правильний брендинг має на увазі об'єднання всіх сторін бізнесу, як online, так і offline. Наявність сайту так само важливо, як і номер телефону, за яким з вами можуть зв'язатися клієнти. Більш того, сайт зможе стати прекрасною платформою для створення стійкого позитивного іміджу, з яким буде асоціюватися ваша компанія.

Для успішного введення бізнесу в Інтернеті, не достатньо просто створити свій сайт, потрібно зробити так, щоб потенційні клієнти дізналися про його існування. Як відомо, з технічного погляду досягти цього можна за допомогою SEO. Виникає питання чи потрібна великому бренду SEO-оптимізація сайту? Звичайно що так, і ось чому сайт навіть великого бренду потребує SEO: це збільшує цільовий трафік; це робить бренд більш помітним в пошуковій видачі; це дозволяє швидше просувати нові товари або послуги.

У сучасному світі впізнаваність бренду стає важливою умовою успішного розвитку бізнесу на всіх рівнях. Головна мета SEO – отримати якомога більше цільового трафіку на сайт. Тому грамотна оптимізація за запитами, що включають назву бренду і послуги, що надаються (товари), принесе ще більше лідів, люди довіряють компаніям з репутацією.